

Літаратура

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов : учеб. пособие / А.Г. Алтунян. – М. : Логос, 2014. – 384 с.
2. Беларуская журналістыка : вучэб.-метад. дапаможнік. – Мінск : БДУ, 1991. – Ч. 2. – 78 с.
3. Беларуская журналістыка : вучэб.-метад. дапаможнік. – Мінск : БДУ, 1996. – Ч. 3 – 69 с.
4. Іўчанкаў, В. І. Дыскурс беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту / В. І. Іўчанкаў. – Мінск : БДУ, 2003. – 257 с.
5. Язык СМІ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика. – М. : Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012. – 952 с.
6. Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов / Под ред. М.В.Володиной. – М. : Академический Проект; Альма Матер, 2008. – 760 с.
7. Яскевич, Я.С. Основы идеологии белорусского государства: курс интенсив. подгот. / Я.С. Яскевич. – Минск: Тетралит, 2013. – 336 с.

Александр Свороб

Белорусский государственный университет

**АВТОР ПУБЛИКАЦИИ В КОМПОЗИЦИОННО-
ГРАФИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ ГАЗЕТЫ**

Презентация автора в газетном номере – проблема, на первый взгляд, не такая уж и существенная. Если публикация неинтересная, читатель имя автора может и не заметить, каким бы шрифтом оно не было набрано, а если и заметит, то не запомнит. И в то же время, несправедливо, когда имя маститого журналиста набирается мелким шрифтом и теряется где-то между заголовков и текстом.

Отношение «автор–публикация» – это еще и проблема этическая. Она определяется не только отношением читательской аудитории к автору, но и отношением редакционного коллектива к своему сотруднику. И здесь как нигде дизайнеры должны проявлять профессиональный такт.

В недалекие советские времена авторы публикации представлялись читателю в основном скромной подписью в конце текста, тем самым свидетельствуя об ответственности за свои слова. О саморекламе и так называемой персонизации не было и речи. Творца узнавали по его трудам. Лишь имена выступающих в печати партийных и государственных руководителей различного уровня, да известных политических обо-

зрелателей достаивались права быть размещенными над заголовками. Сегодня же читатель узнает постоянных авторов печатного издания не только по содержанию и стилю публикаций, но и по их большим или маленьким портретам. А иногда, к сожалению, только по портретам. Колонки редактора, обозрения, комментарии, точки зрения, особые мнения и даже полемика двух журналистов – все эти виды и формы публикаций сегодня сопровождаются портретами авторов.

Приметой нынешнего времени стало оформление имени автора с указанием не только его принадлежности к печатному изданию, профессии и должности, но и личного адреса, в т. ч. электронного.

У каждой газеты свой собственный стиль представления автора публикации. В некоторых изданиях имя автора выносится только в конец текста, у других – только в начало, у третьих – и в начало, и в конец.

Следует все же отметить, что еще не все редакции выработали четкую оформительскую стратегию представления своих авторов на страницах газет. В этом отношении, непоследовательностью грешат и авторитетные республиканские издания. К примеру, в «Народной газете» на одной странице автор может быть представлен портретом с указанием имени, набранным крупным (более 28! пунктов) шрифтом, и в этом же номере на другой странице тот же автор, но с другой не менее значимой публикацией может быть отмечен в к конце текста мелким шрифтом.

Нелогично, когда имя автора ставится после лидер-абзаца: оно проскальзывает по ходу чтения, к тому же разрушая целостность композиции публикации. Еще более неприемлемо, на наш взгляд, когда внутри текста размещаются авторские портреты, как это делается в газете «СБ. Беларусь сегодня» на целевой странице, где идет блок публикаций под рубриками «В мире», «В стране», «Во мне». Такие изображения невольно могут ассоциироваться с ее героями, особенно когда текст идет под такими заголовками, как «Мы вышли из детдома», «Пленники совести» и т. д.

Более правильное решение подачи такого блока публикаций («Мир», «Страна», «Я») показали оформители «Рэспублікі»: последовательно выстроены «рубрика – заголовок – имя автора – портрет». В авторских колонках текста могут размещаться фотоиллюстрации.

В худшей ситуации последнее время оказались авторы фотопубликаций. Их имена или не указываются, или обозначаются сбоку от иллюстраций исключительно мелким шрифтом (менее 6 пунктов). Более презентабельно представлены авторы фотоиллюстраций, корреспонденты региональных изданий.

Последовательность, умеренность, единство стиля, уместность – эти основы графического дизайна должны быть применимы при оформлении всех элементов современной газеты.

Татьяна Силина-Ясинская

Белорусский государственный университет

ЖУРНАЛ КАК ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ

Идея формирования взглядов на классификацию периодических изданий принадлежит русскому книговеду Н. М. Лисовскому. В далеком 1915 г. в своем труде, посвященном русской периодической печати 1703–1900 гг., он отмечал, что поскольку периодические издания имеют некоторые особенности (изготовление, распространение, описание), то их рассмотрение и изучение можно выделить в особый раздел книговедения. В последующем трактовка понятий, связанных с периодическими изданиями, неоднократно менялась. Так как одним из главных признаков периодичности считались сроки подготовки и выхода изданий в свет, предполагалось назвать эту группу «повременные издания».

Некоторые источники говорят, что впервые наименование «журнал» использовал английский издатель и печатник Эдвард Кейв в 1731 году в заголовке издаваемого им издания «Gentlemen's Magazine». Однако вид периодики, который мы сегодня называем журналом, появился еще раньше, т. к. термин «журнал» произошел от французского слова *journal* – дневник, газета, которое фигурировало в названиях ряда первых журналов на французском языке, когда журнал еще не совсем отделился от газеты. Первым европейским журналом считается «Журналь де Саван» («*Journal des sçavans*»), позже – «*Journal des savants*»), первый номер которого вышел во Франции 5 января 1665 г.

Журнальная периодика продвинулась далеко вперед во 2-й половине 19 в., одновременно с общим процессом развития капитализма и буржуазной культуры. Изменения методов и средств журнальной пропаганды привели к стремительному росту тиражей журналов, и как следствие – к снижению подписной цены. К концу 19 – началу 20 вв. сложились основные типы журналов, причем наибольшее развитие получил иллюстрированный журнал смешанного содержания, рассчитанный на самые широкие круги читателей.

Система первых советских журнальных изданий включала журналы, блокноты агитатора, а также продолжающиеся (т. е. выходящие по мере накопления материала) издания – труды, ученые записки, бюлле-